

# “求食于画”和“非为营生”

须知，被卖画废掉的画家有的是，到头来，败纸退笔，得不偿失。

□ 撰稿 | 喻 军

明代中后期，苏南地区经济富庶，有“罗绮绢素，以三吴为贵”之称，同时也拉动了对于风雅时尚的需求。当时的苏州，聚集了大批的画商和书画收藏家，吴门许多书画名家，因应这种消费趋势，录得绝佳的市场绩效。

这便产生一个问题：当创作与消费形成一种共振，书画家们如何保持向内而求的艺术品？或者说在满足市井耳目之欲的同时，如何做到“绘事后素”？我以为“适性自娱”而不被公私使令“猥役”（《颜氏家训》），或为称量画品的一杆标尺。苏轼曾主张一不求售、二须“适吾意”，即指艺术家在与消费者的互动关系中，要占据主动，说得硬气一点，便是你爱买不买，为了取悦于人而画，乞恕不恭。

有人说，“卖方市场”的兴旺，难免使画家们趋利忘义，粗制滥造，倒也不乏这样的事例。职业画家以鬻画为生，即便想恪守己意，也难以被干瘪的钱袋制约。却也不能简单地把两者画等号，当时苏州的书画家们，还是较爱惜自己羽毛的，作品通过中间商运作，绝少直接与入交易。他们注重“自娱”，不迎合世俗的趣味，否则即便赚了大钱，也十分掉价。《明史·文徵明传》就说他的画“富贵人不易得，片楮尤不肯与”。据文徵明墓志披露，曾有富商重金求画，文徵明说“仆非画工，汝勿以此污我”。还说文徵明“凡富贵者来求，多靳不与，贫交往持以获厚利”“或有所入，往往缘手散去”。

文徵明不是不卖画，而是不那么热衷。当时的风气是，商家每开一间店铺，不仅要取个寓意吉祥的店名，还必请书画名家题写名号以充门面（今日商家仍延续这一传统）。题写店招的大字榜书，一般以字数计价，远高于平时



文徵明《墨竹图》。

的小幅润格。书写者名气越大，地位越高，就越能彰显店铺的档次和老板的身份。至于茶楼酒肆，挂上几幅名家字画，便平添不少风雅之气，招揽来大批同好此道的食客。祝允明、唐寅、文徵明、王宠等人的题字向来都是抢手货，其中，北漂三年而返、从此执掌吴门画派达数十年的文待诏（徵明），声誉日隆，字画俱佳，价比黄金。

这不矛盾吗？文徵明既要保持“自娱”的姿态，又不乏鬻画卖字的记录，依《明史》所叙，岂不装清高？其实不然，文徵明的卖画，绝非等米下锅式的纾困、救急，而是市场需求和适度自利的两相调节。须知“求食于画”和“非为营生”还是有区别的，文徵明显然属于后者。他的祖上数代为官，传到他这里依然仓廩殷实、田产丰盈，根本不愁衣食用度。这一点可从文元发谈起：文元发继承了“先人遗泽”田三百亩，倘算上其他文氏后人的祖产继承，再倒推至文徵明那一代，该是多大的一份家业？这，才是文徵明的绘事之所以保有“自娱”、“爱买不买”的底气由来。相形之下，与他同年生人、出道更早的唐寅，由于家境破落，命途多舛，最后不得不画些春宫画，配以秣词艳曲换酒喝。

不过“自娱”这事，我以为得从两方面看，较理想的状态是：不计荣利，即谋生归谋生，画画归画画，而非一种生计依附关系；其次，倘侥幸为市场所垂青，仍须以“适意”为初心，以艺术为旨归，不可太着相。否则，即便销路畅旺，也是为利所役，别说“自娱”，就连笔下的那点清气和心中的那点清静，也会随之蒸发。须知，被卖画废掉的画家有的是，到头来，败纸退笔，得不偿失。■

## 信息

### 梅绽东方：梅兰芳在上海

近日，“梅绽东方：梅兰芳在上海”在上海历史博物馆举办。为纪念梅兰芳赴上海首演110周年，展览将展出相关文物和文献，结合道具、模型、场景还原、影音资料及多媒体等，梳理梅兰芳艺术生涯不同阶段的风格与精神气节，着重展示梅兰芳与上海这座城市之间的艺术情缘。